XII. JAHRGANG № 34 24. AUGUST 1912

SCHWEIZ·KONSUM-VEREIN

ORGAN DES VERBANDES SCHWEIZ·KONSUMVEREINE (V·S·K·)

REDAKTION UND ADMINISTRATION : BASEL, THIERSTEINERALLEE 14
DRUCK UND VERLAG : VERBAND SCHWEIZ·KONSUMVEREINE (V·S·K·)

Genossenschaftlicher Arbeitsmarkt.

Nachfrage.

Grössere Genossenschaft der deutschen Schweiz sucht für ihr Warengeschäft einen tüchtigen Kontrolleur. Nur gut ausgewiesene Bewerber mit vorzüglichen Warenkenntnissen wollen unter Angabe der Gehaltsansprüche, des event. möglichen Eintrittstermins, sowie unter Einsendung der Zeugnisabschriften und Angabe von Referenzen ihre Anmeldungen bis 31. August 1912 richten an den Verband schweiz. Konsumvereine in Basel, Chiffre K. B. 220.

Angebot.

Ein in jeder Beziehung zuverlässiger **Verwalter** wünscht per Oktober/November seine Stelle zu ändern. Leitung eines Vereins im Kanton Zürich würde bevorzugt. Gegenseitige Diskretion! Offerten unter Chiffre O. S. 52 an den Verband schweiz. Konsumvereine in Basel.

Tüchtiges, solides, kautionsfähiges Ehepaar, deutsch und französisch sprechend, mit Tochter, welche gegenwärtig in Bureau und Laden tätig ist, wünscht gutgehende Konsumfiliale in grösserer Ortschaft (Ostschweiz) zu übernehmen. Offerten unter Chiffre G. S. 221 an den Verband schweiz. Konsumvereine in Basel.

Ein tüchtiger, junger Mann mit Familie, sucht baldigst Stelle als Magaziner oder Hilfsmagaziner in einem Konsumverein oder Lagerhaus. Offerten unter Chiffre C. Z. 226 an den Verband schweiz. Konsumvereine in Basel.

Tüchtige, kautionsfähige Tochter mit gutem Zeugnis von Konsumverein, sucht Stelle als Ladentochter in solchem. Kanton Bern oder Aargau bevorzugt. Offerten erbeten unter Chiffre M. M. 40 an den Verband schweiz. Konsumvereine in Basel.

Ein tüchtiger und erfahrener Chauffeur, welcher die Chauffeur-Schule in Basel mitgemacht hat, sucht Stelle auf einem Last-Auto. Offerten unter Chiffre F. H. 227 an den Verband schweiz. Konsumvereine in Basel.

Konsumgenossenschaftliche Rundschau

Organ des Zentralverbandes und der Grosseinkaufsgesellschaft deutscher Konsumvereine **Hamburg**

Die „Konsumgenossenschaftliche Rundschau" erscheint wöchentlich 28—40 Seiten stark und ist das führende Fachblatt der deutschen Konsumgenossenschaftsbewegung. — Abonnementspreis für die Schweiz einschliesslich Zusendung unter Kreuzband **Mk. 1.65** p. Quartal.

Zum Abonnement ladet ergebenst ein

Verlagsanstalt d. Zentralverbandes deutscher Konsumvereine von Heinrich Kaufmann & Co.
HAMBURG 1 * Besenbinderhof 52

Einkaufs-Büchlein
Quittungsformulare
Statuten

liefert prompt und in guter Ausführung die

Buchdruckerei des V. S. K.

Verband schweiz. Konsumvereine (V. S. K.)

Bank-Abteilung

Wir nehmen Gelder an:

a) in **Konto-Korrent-Rechnung** von Verbandsvereinen und deren Mitgliedern, jederzeit verfügbar, ohne Provisionsberechnung, zu . . **3%**

b) in **Depositen-Rechnung** von Verbandsvereinen und deren Mitgliedern, in der Regel auf 60 Tage kündbar, Verzinsung beginnend mit dem der Einzahlung folgenden Werktag und endigend am Tage vor der Rückzahlung, zu **4%**

c) gegen **Obligationen,** von Verbandsvereinen, deren Mitgliedern und Drittpersonen, je nach Wunsch auf den Namen oder Inhaber lautend und auf ein, drei oder fünf Jahre fest, mit halbjährlichen Zinscoupons, zu **4½%**

Die Verbandsvereine und deren Mitglieder

werden in ihrem eigenen Interesse ersucht, den Geldverkehr und die Plazierung von verfügbaren Geldern durch die Bank-Abteilung der Zentralstelle zu leiten.

SCHWEIZ·KONSUM-VEREIN

ORGAN DES VERBANDES SCHWEIZ·KONSUMVEREINE (V·S·K·)

XII. Jahrgang | Basel, den 24. August 1912 | No. 34

Wöchentlich erscheint eine Nummer von 8—16 Seiten Text. Abonnementspreis Fr. 4.— p. Jahr, Fr. 2.50 p. 6 Monate, ins Ausland unter Kreuzband Fr. 6.50 p. Jahr.

Motto: Das Schweizervolk kann seine wirtschaftliche Selbständigkeit gegenüber dem Ausland nur behaupten und im Innern zu grösserem Wohlstand und höherer sozialer Gerechtigkeit nur fortschreiten, wenn es seine Konsumkraft organisiert. Die genossenschaftliche Zusammenfassung dieser Kraft ist daher für uns eine Lebensfrage: Sie ist unsere nationale Aufgabe im XX. Jahrhundert.

Inhalts-Verzeichnis:

Die Rabattorganisation der Händler. — Besuch französischer Genossenschafter. — Die Konsumvereinsbesteuerung im Kanton Zürich nach dem neuen Steuergesetzentwurf. — Was haben die Konsumvereine für die Bauernbevölkerung Dänemarks getan? — **Volkswirtschaft:** Die Exportgesellschaft für Emmenthalerkäse in Brugg und der Milchpreis. — **Landwirtschaftl. Genossenschaftswesen:** Der Verband der schweiz. Raiffeisenkassen. — **Internationaler Genossenschaftsbund:** Die Kopenhagener Sitzung des Vorstandes des I. G. B. — **Aus unserer Bewegung:** Stein a. Rh., Jona, Rüthi.

Die Rabattorganisation der Händler.

(Schluss.)

Ideen, die für die Gestaltung der Zukunft etwas zu bedeuten haben, werden von denen, die sie zuerst aussprechen und vertreten, in der Regel viel tiefer empfunden wie auch voller und reiner zum Ausdruck gebracht, als dies in der durch sie hervorgerufenen Bewegung zu geschehen pflegt. Nicht alle Samenkörner, die sie ausstreuen, gehen auf und manche fallen auf sterilen Boden oder unter die Dornen. Auch gehen junge Triebe unter ungünstigen Einwirkungen zu Grunde oder verkümmern. Daher kommt es, dass die ersten Träger bedeutender Ideen und die Urheber grosser Bewegungen nicht selten mit bitteren Enttäuschungen von ihrer Sache scheiden. Nichtsdestoweniger bleiben die ursprünglichen Konzeptionen bestimmend für die weiteren Entwicklungsphasen, denn sie enthalten die reine Idee, von der die Verwirklichungsbewegung immer wieder neue Antriebe empfängt.

Auch die Idee der Rabattorganisation, die richtig verstanden, ein bedeutendes ökonomisches Prinzip in sich schliesst, das mit dem der Organisation des Konsums parallel läuft, ist nicht in der reinen Form und in dem eigentlichen Zweckgedanken der Uridee aufgenommen worden. Sie fiel zunächst unter die Dornen und wurde in einer Weise ausgebeutet, «die einer soliden Verwirklichung durchaus nicht gleich sah». (Löwenthal.) Zunächst von findigen Spekulanten in ihrer Bedeutung erkannt und an sich gerissen, entartete sie in dem Wesen der Erwerbsrabattgesellschaften und erst die Erfolge dieser missbräuchlichen Anwendung führten im Verein mit den Fortschritten der Konsumgenossenschaftsbewegung zu einer teilweisen Aufnahme der Idee durch die Händler. Der erste praktische Versuch wurde in Hannover gemacht, wo einige Detaillisten am 22. November 1898 einen Händler-Rabattsparverein gründeten und zwar als Kampforganisation gegen eine von Wiedenbach daselbst etablierte Erwerbsrabattgesellschaft und als Förderungsmittel der Barzahlung. Im Statut des Vereins wurde jedoch der Kampfcharakter der Organisation nicht festgelegt. Man begnügte sich, zu betonen, dass man durch Rabattgewährung an die kaufende Kundschaft das Publikum an Barzahlung und Sparsinn gewöhnen wolle. Fast gleichzeitig entstand in Bremen eine ähnliche Organisation. Auch hier gab die Gründung einer Filiale der Wiedenbach'schen Rabattmarkengesellschaft den unmittelbaren, die Bekämpfung des aufblühenden Konsumvereins den eigentlichen und seit längerer Zeit vorbereiteten Anstoss. Hannover und Bremen können als Ausgangspunkte der neuen Bewegung eingestellt werden, da die raschen Erfolge beider Organisationen für die allgemeinere Aufnahme des von ihnen vertretenen Systems bestimmend wurden. Im Vordergrund der organisatorischen Initiative aber steht der Verein in Hannover. Innerhalb eines Jahrzehnts steigerte derselbe seine Mitgliederzahl von 157 auf 1328, der Bremer Verein dagegen von 862 auf 1597, während der Umsatz in Hannover von 1,355,550 M. auf 12,311,000 M., in Bremen von 6,068,200 M. auf 18,701,400 M. stieg. In Bremen wurden zunächst 37,000 Sparbücher zur Verteilung gebracht, aber schon 1899 war die erste Auflage von 60,000 Stück vergriffen, und im Laufe des folgenden Jahres gelangten weitere 39,000 Stück zur Ausgabe, während bis zum Jahre 1910 $7^1/_2$ Millionen Mark Rabatt an die Konsumenten ausbezahlt wurden. In Hannover wie in Bremen verschwanden alsbald die wilden Rabattmarkengesellschaften und auch das Sonderrabattwesen erfuhr eine wesentliche Einschränkung. Ebenso konnte eine Zurückdrängung des Borgunwesens festgestellt werden. Unter diesen Umständen konnte die Nachfolge nicht ausbleiben. Bis 1901 ging es mit Neugründungen langsam, dann aber setzten sie in rascherem Tempo ein, und von Norddeutschland nach Mitteldeutschland und von dort nach dem südlichen Deutschland vordrängend, hatte die Bewegung in verhältnismässig sehr kurzer Zeit das ganze Reichsgebiet erfasst. Bereits 1903

schloss sich die Mehrzahl der vorhandenen Vereine (30) zu einem Verbande zusammen, dessen Statut die Vereine von Hannover und Bremen entworfen hatten. Faucherre hat den Föderationsbestrebungen der Händler-Rabattsparvereine ein besonderes Kapitel gewidmet, dem wir folgende, die äussere Entwicklung des Verbandes veranschaulichende Zahlen entnehmen:

1903	30	Vereine	mit	12,000	Mitgliedern
1903/4	182	»	»	32,000	»
1907/8	262	»	»	50,423	»
1909	305	»	»	54,773	»
1910	341	»	»	57,597	»
1911	387	»	»	65,000	»

Die 387 Verbandsvereine erzielten zusammen einen rabattberechtigten Barumsatz von 620 Mill. Mark, von dem sie 31 Mill. Mark an die Konsumenten in bar rückvergüteten. Ausserhalb der Verbandsorganisation sollen noch etwa 250 meist jüngere Rabattsparvereine stehen. Nach der Schätzung Faucherres sind in sämtlichen reichsdeutschen Vereinen etwa 100,000 Händler organisiert.

Der zentralistischen Föderation folgte eine regionale, durch welche die Vereine der einzelnen Landesteile einander näher gebracht wurden. So entstanden bis jetzt vier Unterverbände, deren Gliederung und Stärke nach «Gauen» sich wie folgt repräsentiert:

Gau Sachsen	57	Ver.	mit	7,000	Mitgl.
» Württemberg	30	»	»	3,159	»
» Rheinland-Westfalen	28	»	»	2,919	»
» Thüringen	22	»	»	2,933	»
4 Unterverbände	137	Ver.	mit	16,011	Mitgl.

Für die Aufstellung einer Statistik der Gesamtbewegung konnte der Verfasser unseres Werkes nur lückenhaftes Material erhalten, da die Verbandsstatistik mit «runden Zahlen» arbeitet. Immerhin hat sich Faucherre Mühe gegeben, die zahlenmässige Entwicklung der Vereine, ihren Alters- und Branchenaufbau in etlichen Tabellen zur übersichtlichen Darstellung zu bringen. Wir greifen aus Tabelle I folgende, das Tempo und die Stärke der Bewegung veranschaulichende Zahlen heraus:

	Vereine	Händler-Mitglieder	Ausbezahlter Rabatt in Mk.
1898	2	140	32,040
1900	5	1,267	354,145
1902	27	3,036	1,274,315
1904	175	24,789	9,915,600
1906	300	42,000	16,800,000
1908/9	500	70,000	49,180,000

Der rasche Aufschwung der Bewegung sowohl in der Vereins- als in der Mitgliederzahl fällt mit der 1902/3 erfolgten Verbandsgründung zusammen. Es wurden gegründet 1901 3 Vereine, 1902 19, 1903 37, 1904 54, 1905 56, 1906 52 und in den drei Jahren 1907, 1908 und 1909 zusammen 274 Vereine. Die sprunghafte Entwicklung der ersten Verbandszeit hat in den letzten Jahren einer ruhigeren Entwicklung Platz gemacht.

Interessant ist das prozentuale Verhältnis der in Rabattsparvereinen organisierten Händler zur Gesamtzahl der in Deutschland überhaupt tätigen Warenhändler. Auf Grund der Angaben des Statistischen Jahrbuchs für das Deutsche Reich 1910 stellt Faucherre mit Hinzuziehung der Bäckerei- und Fleischerei-Betriebe eine Gesamtzahl von 908,766 Warenhandelsbetrieben fest. Davon waren in Händler-Rabattsparvereinen 57,000 Händler organisiert oder 6% aller Warenhandelsbetriebe. Die prozentuale Branchenbeteiligung ist sehr unregelmässig und schwankt zwischen dem Minimum von 1,17% und dem Maximum von 29,14%. Die schwächste Beteiligung zeigt sich in der Gruppe der Fleischer, die stärkste in der der Wäsche-, Aussteuer-, Woll- und Weisswaren-Geschäfte etc. Der Kolonial- und Materialwarenhandel im weiteren Begriffe ist mit 11,1% beteiligt. Da die verschiedenen Branchen teilweise ineinanderlaufen, ist das statistische Verhältnisbild im allgemeinen natürlich ungenau, immerhin aber zeigt es, dass vorläufig erst ein ganz kleiner Teil des deutschen Detailhandels von der Organisation des Rabatts erfasst ist.

Eine andere Tabelle zeigt, dass 60% der Verbandsvereine ihrer Mitgliederzahl nach sehr klein sind und dass sich die meisten Vereine in kleinen Städten und Flecken befinden. Auch die Durchschnittsumsätze der Händler-Mitglieder in den Verbandsvereinen bewegen sich in kleinen Summen. Sie betrugen 1908/9 10,766 M., während sich die durchschnittliche Rabattsumme auf eine Käuferfamilie von 5 Köpfen berechnet auf 18,03 M. stellte. Die Durchschnittszahlen ergeben, dass im allgemeinen den Rabattvereinen bis heute nur kleinere und mittlere Firmen angehören, jedenfalls aber nur wenige, die unter den Durchschnittsumsatz von 25—30,000 M. fallen. Wenn es auch Fälle gibt, wo sich in Rabattsparvereinen vorwiegend bessere, grössere und solide Firmen organisierten, so stehen doch, wie Faucherre bemerkt, grössere Geschäfte dem organisierten Rabattwesen meist skeptisch gegenüber, und zwar «aus Mangel an Verständnis und Solidarität gegenüber den kleineren Konkurrenten».

Von einer allgemeinen Rabattorganisation der Händler kann also in Deutschland noch nicht die Rede sein, in andern Ländern aber steht die Energie der Bewegung noch weit hinter den deutschen Verhältnissen zurück. Unabhängig von den deutschen Urbildern entstand Ende 1900 in der «Basler Konsumgesellschaft» der erste schweizerische Händler-Rabattsparverein, der sich in erster Linie die Hebung des baslerischen Detailhandels im Kampfe gegen den Basler Allgemeinen Konsumverein zum Zwecke setzte. Man wählte hier die Bezeichnung Konsumgesellschaft, um bei der Masse den Anschein zu erwecken, als sei diese Organisation auf ähnlicher Basis wie der Konsumverein aufgebaut, und aus diesem Grunde räumte man auch den Konsumenten neben den Händlern gewisse Mitgliederrechte ein, womit sich die B. K. G. der Löwenthalschen Rabattsparvereins-Idee näherte. Auf der Grundlage des Basler Systems wurden in der Schweiz eine ganze Reihe von Rabattsparvereinen ins Leben gerufen, sie gingen aber bald wieder ein, «da Uneinigkeit und schwache Beteiligung der Händler und Konsumenten, sowie allgemeine Verständnislosigkeit jedes gedeihliche Arbeiten hemmten». Eine raschere und allgemeinere Verbreitung fand in der Schweiz das deutsche, auf dem Prinzip des Einheitsrabatts von 5% beruhende Rabattsystem, doch ist auch die Zahl dieser Organisationen im Vergleich mit der rapiden Entwicklung, welche die Vereine in Deutschland nahmen, noch gering, obgleich seit etwa vier Jahren eine raschere Bewegung zu beobachten ist. Als Grund für die Bevorzugung des deutschen Systems wird angegeben, dass es weniger kompliziert und nicht so kostspielig sei wie die Basler Organisation. Im Verhältnis zur Zahl der schweizerischen Detailhändler ist die der Rabattsparvereine verschwindend klein. Die Vereine

sind auf wenige Plätze lokalisiert und es besteht zwischen ihnen nur ein loser innerer Zusammenhang. Auch der neuerdings geschaffene Verband steht auf sehr schwachen Füssen, wie denn einer gesunden Föderationsbewegung schon der Dualismus der Systeme hinderlich ist. Die Anregung zur Verbandsbildung ging von den Vereinen in Bern und Biel aus, und diese bezweckten eigentlich, eine Zentral-Kleinhandels-Organisation zu schaffen, welche sowohl die bestehenden Detaillisten-Verbände als auch die Händler-Rabattsparvereine einschliessen sollte. Die grösste schweizerische Rabattspar-Vereinigung, die Basler Konsumgesellschaft, scheint die Föderation noch für verfrüht zu halten, denn sie verhielt sich ablehnend und ist dem Verbande auch nicht beigetreten. Nach den Ermittlungen Faucherres bestehen heute in der Schweiz im ganzen 56 Händler-Rabattsparvereine. Von 15 älteren und neueren schweizerischen Organisationen sind in einer dem Werke angehängten grösseren Tabelle statistische Daten gegeben, die mit grossem Fleiss zusammengetragen, aber natürlich unvollständig sind. Der durchschnittlich ausbezahlte Rabatt der schweizerischen Vereine beträgt darnach pro Familie zu 5 Personen nur 10,91 Fr. Die Tabelle enthält auch eine vergleichende Gegenüberstellung der in den Jahren 1901—1909 von der B. K. G. und dem Basler A. C. V. an die Konsumenten resp. Mitglieder bezahlten durchschnittlichen Rückvergütungsbeträge, die sich im Mittel der neun Jahre bei jener auf Fr. 18.34, bei diesem dagegen auf Fr. 40.13 stellen. Auch die durchschnittliche Rückvergütung der schweizerischen Konsumvereine pro Mitglied, die Fr. 29.50 beträgt, ist beträchtlich höher als der von der B. K. G. ausgeschüttete durchschnittliche Konsumenten-Rabatt, von dem viel geringeren Mittel der schweiz. Rabattsparvereine (Fr. 10.91 : Fr. 29.50) gar nicht weiter zu reden. Ein ähnliches Missverhältnis besteht in dieser Beziehung auch in Deutschland, und hier wie dort trotz der zahlreichere Branchen umfassenden Bedarfsdeckungswirtschaft der Rabattsparvereine. Allerdings ist dabei zu berücksichtigen, dass die Rabattsparvereine auf verschiedene und zwar in der Regel sehr marktgängige Artikel keinen Rabatt gewähren. Faucherre meint, dass, wenn es den Rabattsparvereinen gelingen würde, die Barzahlungsumsätze der Händler-Mitglieder zu verdoppeln, die Nettoartikel zu streichen und den Rabatt auf die ganze Einkaufssumme auszudehnen, die Rückvergütungssummen der Konsumvereine nicht nur eingeholt, sondern sogar mit Leichtigkeit verdoppelt werden könnten.

Es ist die Möglichkeit einer derartigen Entwicklung, die des Genossenschafters regstes Interesse auf das vorliegende Werk lenken muss, dessen gründliches Studium nicht angelegentlich genug empfohlen werden kann. Freilich ist bis zur Verwirklichung derartiger Möglichkeiten noch ein langer und mit nicht geringen Schwierigkeiten belegter Weg. Es fehlen den Händlern in ihrer Organisationstätigkeit vor allem die höheren sozialen Motive. «Es ist nicht der Organisationstrieb an sich, sagt Faucherre, der Wille, die kleinen Kräfte im geschlossenen Kreis zu heben und zu stärken, — wie es im sozialen Leben oft beobachtet werden kann — welcher die Organisationsbestrebungen der Händler bewegt, sondern der Zwang, irgendeiner drohenden äusseren oder inneren Gefahr zu entgehen. . . Der moderne Rabattsparverein ist ausschliesslich Kampforganisation wider das den Händler schädigende Rabattunwesen und gegen die Konsumvereine.» Dadurch, betont der Verfasser weiter, sei der ursprüngliche Zweck der Vereine im Sinne Löwenthals, nach welchem dem Händler und Konsumenten gleichmässig gedient werden sollte, wesentlich verschoben, denn der Rabattsparverein als Kampfmittel solle nur dem Händler dienen, während das formell vielfach in den Vordergrund geschobene Interesse des Konsumenten in Wirklichkeit vollständig zurücktrete. Das Wesen der Händler-Rabattsparvereine liege nicht darin, den Konsumenten um seiner selbst willen zur Barzahlung zu erziehen und ihn zu Ersparnissen zu veranlassen, sondern es werde charakterisiert durch den Umstand, dass die Gewährung wirtschaftlicher Vorteile an den Konsumenten nur Mittel zur Erreichung eines Zweckes sei, der im Selbstinteresse der Händler liege. Der Kleinhändler organisiere sich nur gezwungen, und er betrachte seine Organisation auch nur als ein Provisorium für die Sammlung der notwendigen Kräfte zur Niederringung der wirtschaftlichen Gegner (Konsumvereine und Warenhäuser), um alsdann wieder zu den alten überlieferten Formen des Detail-kleinhandels zurückkehren zu können, denn vorläufig verstehe er unter Hebung seines Standes noch nicht die Anpassung an die neuen Wirtschaftsverhältnisse, vielmehr führe ihn die mittelständische Ideologie dazu, sich als einzig «legitimen» Vertreter des Detailhandels zu betrachten und aus dieser eingebildeten Position ein «Recht auf Kundschaft» abzuleiten. So sei es das eigentliche Ziel der Händler-Rabattsparvereine, dem Konsumenten die gleichen Vorteile zu bieten wie die Konsumvereine, um ihn zu veranlassen, wieder zum privaten traditionellen Kleinhandel zurückzukehren. In dem Masse, als dies geschähe, kalkulierten die Händler, werde der Konsumverein langsam, infolge mangelnder «Blutzirkulation» verschwinden. Wie wenig die in den Händler-Rabattsparvereinen organisierten Händler darauf bedacht seien, die Konsumenteninteressen irgendwie zu wahren, zeige die praktische Handhabung der Rabattorganisation. Zahlreiche, die Konsumenten direkt schädigende Massnahmen seien zu ständiger Praxis geworden. Hierher gehört die Aufstellung der Nettoklausel, die von der Rabattgewährung alle diejenigen Artikel ausschliesst, die einen kleinen Nutzen abwerfen, wie Butter, Milch, Eier, Zucker usw., also gerade Artikel des Massenverbrauchs; hierher gehört weiter die «organisierte Ausbeutung» des Publikums, wonach Rabattmarken nur «auf Verlangen» abgegeben werden. Trotzdem einzelne Vereine die Händler in hohe Konventionalstrafen nehmen, wenn Rabattmarken nicht freiwillig ausgeliefert werden, sei es in Wirklichkeit eine lange Reihe von Vereinen, die nach obigem System verfahre; hierher gehört ferner die doppelte resp. ungleichartige Preisstellung für Bezug der Ware mit oder ohne Rabattmarken, und im Zusammenhang damit die Führung von Interims-Bons, von denen man annimmt, dass sie nicht umgetauscht werden oder den Käufer veranlassen, wieder ins Geschäft zu kommen. An Beispielen weist Faucherre nach, dass, je höher der Rabattsatz, desto grösser die Versuchung und Gewohnheit ist, die Rabattmarken zu verweigern und den barzahlenden Kunden den Rabatt zu einem niedrigeren Satz sofort am Warenpreise zu kürzen.

Die deutschen Vereine kennen nur den Einheitsrabatt, wonach innerhalb einer Organisation sämtliche organisierte Händler aller Branchen den gleichen Rabatt gewähren. Die Technik der Rabattberechnung ist die gleiche wie bei den wilden

Erwerbsrabattgesellschaften. Bareinkäufe bis zu 20 Pf. geniessen keinen Rabatt. Im günstigsten Falle erhält der Konsument $4^1/_2$% infolge des Ausschlusses der sogen. Nettoartikel vom Rabattgenuss wird in Wirklichkeit aber auch dieser Satz nicht erreicht. Auf die totale Einkaufssumme verteilt, würde der Realprozentsatz auf ca. 3% sinken, während der Nominalsatz 5% beträgt.

Dieses Verhältnis legt die Frage nach dem Wesen des normalen Rabattes nahe. Faucherre hat sie in seinem vorliegenden Werke eingehend untersucht und klargelegt. Rabatt ist nach seiner Definition kein Geschenk an die Konsumenten, sondern das Aequivalent, die Leistung für eine Gegenleistung des Konsumenten, die in der Barzahlung zu suchen ist, wodurch der Händler in die Lage gesetzt wird, wirtschaftlich mehr zu leisten und letzten Endes seinen Gewinn zu vermehren. «Rabatt ist ein Preisnachlass für die Barzahler, wodurch die Aufschläge für Zinsverlust und Risikoprämien, die im Warenpreise mit Rücksicht auf die Borger enthalten sind, wegfallen. Der normale Rabatt bedeutet also keineswegs eine Beteiligung des Käufers am Händlergewinn, sondern sein eigentlicher Zweck, der auch sein Wesen charakterisiert, ist, den barzahlenden Konsumenten durch einen prozentualen Preisnachlass, welcher der Zinsverlust- und Risikoprämie im Preise entspricht, dem kreditnehmenden Konsumenten gleichzustellen.»

In der Praxis hat sich nun aber der Rabatt in der Richtung eines Reklame- und Konkurrenzmittels entwickelt, das teils auf den soliden Geschäftsbetrieb des Händlers drückt, teils im Warenpreis verrechnet wird und so den Konsumenten belastet. Das System der Händler-Rabattsparvereine ist teilweise eine Reaktion gegen die den Händler belastenden Schäden des Kredit- und Konkurrenzsystems, aber diese Gegenbewegung ist zum Teil selbst den Entartungstendenzen verfallen, wenn im allgemeinen der Einheitsrabatt auch dahin strebt, dem barzahlenden Konsumenten in Form von einem normalen Rabatt die Differenz zwischen Kredit- und Nettopreis rückzuvergüten. Dieser normale, vorab durch eine Organisation festgelegte Rabatt hat nach der Auffassung Faucherres seine Berechtigung und vor allem darum, weil das Borgsystem die Verkaufspreise im Detailhandel in die Höhe treibt. Es fragt sich nur, was als normaler Rabatt zu gelten hat. Sehr häufig begegnet man der Behauptung, das Verdienst des Kleinhändlers sei so gering, dass er keine 5 oder gar mehr Prozent Rabatt gewähren könne, ohne entweder die Preise zu erhöhen oder minderwertige Ware zu verschleissen. Faucherre meint, es gebe im Detailhandel noch zahlreiche Branchen, welche ohne Zweifel einen Rabatt bis zu 5% ohne Preiserhöhung oder Warenverschlechterung an barzahlende Kundschaft abführen können und es auch tatsächlich tun, aber diese Branchen bildeten nur einen kleinen Teil der in Händler-Rabattsparvereinen organisierten Detaillisten. Es sind in dem vorliegenden Werke erdrückende Tatsachen aus Theorie und Praxis der Händler angeführt, welche zeigen oder andeuten, dass es unmöglich sei, bei normalen konkurrenzfähigen Preisen 5% Rabatt zu geben. Eine ganze Reihe von Lebensmittelhändlern teilte dem Verfasser unseres Werkes übereinstimmend mit, dass sie gezwungen seien, einzelne Artikel vom Rabatt auszuschliessen und auf einzelnen Artikeln den Rabatt im Preise zu verrechnen. Auf denjenigen Artikeln, die sich bezüglich ihrer Preise durch die Konsumenten nicht gut kontrollieren lassen, würden relativ hohe Rabattsätze bis zu 10 und mehr Prozent verrechnet, und diese hohen Rabattsätze bildeten eine Art Rückversicherung für Artikel, auf denen Rabatt gewährt werden muss. Wo Rabatt ohne Preiserhöhung oder Qualitätsverschlechterung wirklich gewährt werde, handle es sich in der Mehrzahl der Fälle um Detaillisten in Spezialbranchen. Unter Berücksichtigung aller beobachteten Tatsachen und Argumente kommt Faucherre zu folg. Schlüssen:

1. Es ist unzweifelhaft, dass die Mehrzahl der Führer sämtlicher Händler-Rabattsparvereine einen reellen Rabatt an die barzahlenden Konsumenten abzuführen beabsichtigen.

2. Den Rabatt ohne Preisaufschlag oder Qualitäts- und Quantitätsverschleierung zu gewähren, ist in einzelnen Spezialbranchen möglich.

3. Die Mehrzahl der Spezerei- und Lebensmittelhändler aber, welche ca. 60—70% der in Händler-Rabattsparvereinen organisierten Detaillisten umfassen, ist unter den gegenwärtig herrschenden Verhältnissen im Kleinhandel nicht in der Lage, einen reellen Rabatt zu geben. Sie müssen denselben vielmehr wieder einzubringen suchen durch Preiserhöhungen, respektive mindere Warenqualitäten, schlechtes Gewicht usw. Aus diesem wirklichen Stand der Sache erklärt sich auch die in den Organisationen der Händler-Rabattsparvereine allenthalben hervortretende Tendenz zur Ringbildung und zur Festsetzung von Mindestpreisen, ferner das Bestreben, die schwächsten Händlerelemente, die «viel zu vielen» aus der Organisation auszuschliessen und den Kampf gegen die Konsumvereine und Warenhäuser vom ökonomischen auf das politische und persönliche Gebiet zu übertragen. Es sind dies Tendenzen, die in dem vorliegenden Werke ebenfalls sehr eingehend behandelt wurden, mit denen wir uns aber hier nicht weiter befassen können.

Man hat den Händler-Rabattsparvereinen einen hemmenden Einfluss auf die Entwicklung und Ausdehnung der Konsumgenossenschaftsbewegung zugeschrieben. In Deutschland sollen hunderte von Konsumvereinen durch die Tätigkeit der Rabattsparvereine in ein bescheidenes Dasein gedrängt oder zur Liquidation gezwungen worden sein. Ueberall, wo sich Rabattsparvereine gebildet haben, soll es gelungen sein, die Konsumvereine zurückzudrängen oder wenigstens in der Weiterausdehnung zu hemmen. In ausführlichen Erörterungen und statistischen Nachweisen zeigt der Verfasser unseres Werkes, was es mit diesen angeblich vernichtenden Wirkungen für eine Bewandtnis hat. Aus verschiedenen Aeusserungen einer ganzen Reihe von Genossenschaftern, einzelnen Konsumvereinen und Konsumvereinsvorständen zieht Dr. Faucherre den Schluss, dass die Händler-Rabattsparvereine nicht ohne nachteiligen Einfluss auf die lokale Konsumvereinsentwicklung geblieben sind, nach seinen Beobachtungen reduziere sich aber dieser Einfluss auf ein sehr bescheidenes Mass. „Noch für keine einzige Konsumvereinsauflösung konnten die Rabattsparvereine den sicheren Beweis erbringen, dass sie die einzige oder wenigstens Hauptursache gewesen sind.“ Die „zersetzende und vernichtende Tätigkeit“ bestehe im wesentlichen in der Verhinderung des Zuwachses an Mitgliedern, an Umsatzvermehrung und hier und da auch an Neugründungen. An der Gründung verhindert werden aber zumeist nur

Fabrikkonsumvereine, Beamtenkonsumvereine und Wirtschaftsvereinigungen. Bei reinen d. h. allgemeinen Konsumvereinen wurden Gründungen wohl verzögert, aber nie auf die Dauer verhindert. Einen durchschlagenden Erfolg erzielten die Händler-Rabattsparvereine nur in der Abtreibung derjenigen Händler, die mit Konsumgenossenschaften im Markenverkehr (Lieferantengeschäft) standen, aber dieser Verkehr wird von den Genossenschaften selbst immer mehr abgestossen. «Die Gesamtentwicklung der Konsumgenossenschaften aller Länder, wo Händler-Rabattsparvereine wirken, weist auf eine gesunde Bewegung hin, die mit ungeschwächter Kraft vorwärts und aufwärts drängt.“ „Diese Tatsache, betont Faucherre weiter, und der grosse Aufwand an Zeit, Geld und Arbeitskraft, der zur Bekämpfung der Konsumvereine von den Rabattsparvereinen gemacht wird, zu den erzielten schwachen Erfolgen ins Verhältnis gesetzt, führt zu dem Schlusse, dass das Ziel einer Vernichtung der Konsumvereinsbewegung, das sich die Händler-Rabattsparvereine gesetzt haben, unmöglich zu erreichen ist.“ Dies werde auch von den klügeren Führern der Rabattorganisation erkannt und selbst die Basler B. K. G. habe den Kampf gegen den A. C. V. seit 1904 still beiseite geschoben, dagegen seien es die Warenhäuser, Versandmagazine und die Pariser Modehäuser, gegen die sich nunmehr der Kampf richte. Die tiefere Ursache des Misserfolgs in der Bekämpfung der Konsumvereine liege nicht in der Händlerorganisation selbst, sondern in dem unlösbaren Widerspruch zwischen der altmittelständischen Ideologie und den Tendenzen der modernen Wirtschaftsentwicklung. Die Konsumgenossenschaftsbewegung sei ein unentbehrliches Produkt der modernen Wirtschaftsentwicklung, das sich weder durch Regierungsmassnahmen, noch durch irgendeine andere Art der Bekämpfung beseitigen lasse. Für die Händler-Rabattsparvereine könne es sich nicht darum handeln, zu fragen: wie können wir die Konsumgenossenschaften und Warenhäuser vernichten, sondern allein darum: wie können wir neben den Konsum-Genossenschaften und Warenhäusern konkurrenzfähig werden? Diese Problemstellung verlange eine grundsätzliche Reorganisation der Händler-Rabattsparvereine. Den Plan einer solchen entwickelt Dr. Faucherre in dem Schlusskapitel seines Werkes.

Die positiven Vorteile der Rabattorganisation hervorhebend, fasst er dieselben in folgenden nützlichen Wirkungen für Händler und Konsument zusammen: 1. Wirksame Bekämpfung der wilden Rabattmarkengesellschaften. 2. Eindämmung der Rabattverwilderung. 3. Temporäre Umsatzsteigerung. 4. Heranziehung eines festen und treuen Kundenkreises. 5. Einschränkung des Borgunwesens und Förderung der Barzahlung. 6. Vermehrte Bewegungsfreiheit gegenüber den Lieferanten. 7. Einschränkung des Zugaben- und Geschenkunwesens. 8. Weckung des Gemeinschaftsbewusstseins und der Solidarität der organisierten Händler. Dies Vorteile für die Händler. Vorteile für die Konsumenten sind: 1. Erziehung zur Barzahlung. 2. Erziehung zur Spartätigkeit. 3. Gleichstellung des barzahlenden Konsumenten gegenüber dem bisher bevorzugten Kreditnehmer durch Rabattgewährung. 4. Bekämpfung übler Konsumentensitten durch Einführung fester und sichtbarer Preise.

Diese Vorteile sind mehr oder weniger beeinträchtigt infolge der Entwicklung der Rabattorganisation zu einer einseitigen Interessenvertretung der Händler und durch eine falsch verstandene und zu weit getriebene Abschliessungspolitik der wirtschaftlich stärkeren Händler gegenüber den schwächeren, aber immerhin reell arbeitenden Elementen des Kleinhandels. Die Bewegung muss auf ihren theoretischen Ausgangspunkt zurückgehen und den Urtypus des Löwenthalschen Rabattsparvereins zu verwirklichen suchen. Die organisierten Händler müssen zu wirklicher Gemeinschaftsarbeit und dazu erzogen werden, sich als dienende Glieder des Wirtschaftsganzen zu fühlen. Sie müssen reine wirtschaftliche Selbsthilfeorganisationen entwickeln, Grossbetriebe im Kleinhandel. Hieraus folgt von selbst die Ausschaltung des Kampfcharakters gegen Konsumvereine und Warenhäuser. Zur Ermöglichung einer reellen Rabattausschüttung, mit der der volkswirtschaftliche Wert der Rabattsparvereine steht und fällt, ist möglichste Bewegungsfreiheit des Händlers notwendig. Da diese durch den Kapitalmangel gehemmt und damit der Kreditkauf gefördert wird, so muss für Beschaffung billigen Personalkredits durch Gründung von Kreditgenossenschaften gesorgt werden. Diese hätten sich weniger die Schulzeschen Genossenschaftsbanken als die Raiffeisenschen Darlehenskassen zum Vorbild zu nehmen, in welchen auch der geistigen und sittlichen Erziehung Rechnung getragen wird. Diese Genossenschaften sollen übersichtliche, räumlich beschränkte Kreise darstellen. Ein weiteres Ziel soll die Schaffung von nach Branchen geordneten Einkaufsgenossenschaften sein, denn durch sie erst werde es möglich werden, bei normalen Marktpreisen und niedrigster Kalkulation einen reellen angemessenen Rabatt auszurichten, der den heutigen Erwerbsverhältnissen angepasst und wahrscheinlich unter 5% herabgesetzt werden muss. Die Herausarbeitung eines reellen Rabattes schliesst auch die Ausschaltung sämtlicher Nettoartikel, Rabattspannungen usw. in sich. Da die kapitalistische Entwicklung des Handels wie die falsche Rabattorganisation zur Vertrustung des Distributionshandels drängen, der private Grosshandel und Kleinhandel aber noch nicht zu entbehren ist, vielmehr neben den Konsumvereinen noch seine volkswirtschaftliche Berechtigung hat und in gewissem Umfange sich immer erhalten wird, so muss das Konsumenteninteresse nicht nur in den Konsumvereinen, sondern auch in den Rabattsparvereinen vertreten sein. Daher müssen die Konsumenten, ob sie in Konsumvereinen organisiert sind oder nicht, auf die Händlerorganisationen Einfluss zu gewinnen suchen. «Sie müssen in die Verwaltung der Vereine eindringen.» Der Konsument muss sich sein Recht selbst holen und er hat dazu die besten Aussichten, «sofern er sich seines Rechtes und seiner Macht voll bewusst wird und die geeigneten Massnahmen zu treffen weiss.» Faucherre glaubt auch, dass bei dem Konsumenten heute schon nicht nur das Bewusstsein des Rechtes und der Macht vorhanden ist, den Produktions- und Verteilungsprozess des gesamten Wirtschaftslebens zu kontrollieren, sondern auch der Wille, die Macht zu gebrauchen. «Ist der Kleinhandel durch Rabattvereine und Einkaufsgenossenschaften in grosse gemeinsame Betriebe zusammengefasst, dann wird er übersichtlich und kontrollierbar. An diesem Punkte muss nun der Konsument zielbewusst einsetzen und der Organisation der Händler die Organisation der

Konsumenten gegenüberstellen, um für ihre Vertrauensmänner Sitz und Stimme in der Händler-Organisation zu erlangen. Die Organisation der Konsumenten in den Konsumvereinen genügt nicht; eine möglichst weit umfassende Konsumentenorganisation ausserhalb der Konsumvereine mit selbständigen Aufgaben ist dringend notwendig, notwendig um unser individualistisch-kapitalistisches Wirtschaftsleben in ein sozialistisch-genossenschaftliches überzuleiten und den privaten Handel und den Detaillistenstand zu ethisieren und zu sozialisieren. Wie die Rabattvereine lernen müssen, das Wirken der Konsumvereine zu verstehen und anzuerkennen, so müssen wiederum die Konsumvereine erkennen, dass auch die Händler-Rabattsparvereine eine notwendige Mission zu erfüllen haben.»

In ziemlich genauen Umrissen und in teilweise wörtlicher Wiedergabe der markantesten Stellen haben wir den in dem Schlusskapitel unseres Werkes niedergelegten Reorganisationsplan skizziert. Es werden sich ohne Zweifel entschiedene Einwände gegen ihn erheben und es wird auch hüben und drüben nicht an Leuten fehlen, die ihn als eine auf Illusionen aufgebaute Utopie betrachten und verwerfen. Auch wir hegen einige prinzipielle und sachliche Bedenken gegen den Plan, sind aber nichtsdestoweniger der Ueberzeugung, dass er sich im Grossen und Ganzen in der Richtung kommender Dinge bewegt. Die gegenwärtige Generation der Händler freilich wird ihn ablehnen, was jedoch nicht ausschliesst, dass sie sich Schritt um Schritt genötigt sehen wird, einzelnen Forderungen näher zu treten und Konzessionen zu machen, die einfach nicht zu umgehen sind, es sei denn, dass sie darauf verzichtet, das begonnene Werk zu behaupten, denn allein die Notwendigkeit, das Errungene zu konservieren, zieht die andere Notwendigkeit nach sich, es weiter auszubauen. Eben weil sich die falschen Grundsätze und Methoden nicht behaupten lassen, wird das theoretische Urbild in Zukunft einen immer entschiedeneren Einfluss auf den praktischen Ausbau gewinnen, denn in dem Urbild waltet eine richtige Idee, die schon Schulze-Delitzsch andeutete, als er in seinem empfehlenden Geleitwort zu der Schrift Löwenthals schrieb, dass «der Konsum als Ziel und Endzweck aller Produktion wie ihres Vermittlers, des Handels, es ist, der beide bestimmt und ihnen, weil sie allein von ihm leben, im Wesentlichen die Bedingungen auferlegt.»

Auch über die Formen, in denen die Vergenossenschaftlichung des erwerbstätigen Detailhandels vor sich geht, kann man im Einzelnen abweichende Meinungen haben, ohne im allgemeinen die in unserem Werke vorgezeichnete Richtung der Entwicklung in Frage zu ziehen. Das aber ist sicher, dass der Privathandel auf diesem Wege mehr und mehr seinen Erwerbscharakter verlieren muss, womit er indes nur in die Bahn einer allgemeinen Bewegung eintreten würde, deren Ansätze schon auf allen Gebieten zu finden sind. Die schwächsten und die unsoliden Elemente des Kleinhandels werden ausgeschieden werden und die fortschreitende grossbetriebliche Organisationstechnik wird wie eine scharfe Auslese wirken, sodass mit der Zeit der «Krämer» verschwindet und ein Typus erwächst, der in Hinsicht auf eine ethische Berufsauffassung ernst genommen werden kann. Zwischen den konsumgenossenschaftlichen Betrieben und den erwerbsgenossenschaftlichen Organisationen des Kleinhandels wird noch geraume Zeit Konkurrenz und Kampf bestehen, aber er wird sich mehr und mehr in der Richtung positiver Anstrengungen auf beiden Seiten verschieben und zwar zum Vorteil des einen wie des andern Teils. Die Konkurrenz zu fürchten, haben die Konsumgenossenschaften keinen Grund, denn das in der Gesamtbewegung wirkende höhere Gattungsinteresse vollzieht von selbst eine zweckmässige Arbeitsteilung und eine adäquate Abgrenzung des Wirkungsfeldes. Auf der Linie der höheren Fortschritte werden sich beide Teile begegnen und in letzter Instanz auch kooperieren, weil es eben in der Natur allen genossenschaftlichen Fortschrittes liegt, Einheit zu bewirken, sobald dauernde Organisationen in Betracht kommen. Das Element der Dauer aber liegt für die Rabattorganisation in der organischen Teilnahme des Konsumenten beschlossen und die Wichtigkeit dieses Momentes ist von dem Verfasser des vorliegenden Werkes durchaus richtig erkannt und bewertet, wie überhaupt die Untersuchung Faucherres in mancher Beziehung von bahnbrechender Bedeutung ist, weshalb sein Buch auch in jede Genossenschaftsbibliothek gehört und von jedem aufmerksam studiert werden sollte, der an diesen Fragen und Problemstellungen praktisch interessiert ist. *K. M.*

Ein Besuch französischer Genossenschafter.

Vergangene Woche hatten wir hier in Basel den Besuch eines über 100 Personen umfassenden Trupps französischer Genossenschafter aus allen Teilen Frankreichs. Die Besichtigung der Betriebe des Basler A. C. V. und des V. S. K. hat, wie wir vielfach zu konstatieren Gelegenheit hatten, bei allen einen tiefen und gewiss auch nachhaltigen Eindruck hinterlassen. So manchem unter ihnen mag es ergangen sein wie jenem biederen Handwerksmeister, der zum erstenmal in einen Grossbetrieb seiner Branche eintritt: in einem Blick tut sich ihm da eine neue Welt auf, Dinge und Probleme, an denen er bisher mühsam herumlaborierte, sind da auf einmal ebenso grossartig wie spielend gelöst! Wahrlich, ein solcher Einblick hat hier mehr getan, als jahrelanges Einreden und Studieren.

Das Abendessen in der «Post», an dem ebenfalls von der Verwaltungskommission des V. S. K. die Herren Schwarz und Rohr teilnahmen, gestaltete sich zu einem wenn auch einfachen, aber darum nur um so herzlicheren Empfang. Im Namen des V. S. K. begrüsste Herr Pronier in einer mit viel Beifall aufgenommenen Ansprache die Gäste. Herr Poisson, Sekretär des Verbandes der sozialistischen Genossenschaften und Herr Briquet, Mitglied der französischen Kammer erwiderten in nicht minder markanten Worten. Hervorzuheben insbesondere ist der einmütige und stürmische Applaus, der der Idee der Einigung zuteil wurde.

Von Basel gings den andern Tag nach Luzern, wo eine Bergfahrt nach dem Bürgenstock den Reisenden einen ebenso unvergleichlichen wie unvergesslichen Anblick bot. Von Luzern gings nachmittags schon wieder ab über den Brünig, Brienz, Interlaken nach Bern, wo ihrer im Volkshaus das Abendessen wartete. Vielen erschien diese Reise zwischen den Bergen wie eine ununterbrochene Feerie, wie ein schöner, berückender Traum! Des andern Morgens führte sie der Zug nach Genf, wo für den Nachmittag eine Besichtigung der neuen städtischen Elektrizitätszentrale in Chèvres und des Zentrallagers des Genfer Konsumvereins vorgesehen war. Am vierten Tage

brachte sie das Schiff nach Lausanne, wo die dortigen Genossenschafter für das Mittagessen vorgesorgt hatten. Am selben Nachmittag (Sonntag) noch wartete ihrer ein Empfang der Neuenburger Genossenschafter, die sie bekannt machten mit ihrem heimtückischen «Neuenburger» und ihren famosen Käsewähen. Von da gings dann noch am selben Abend über Biel, Delsberg, Delle wieder der Heimat zu.

Zu bemerken ist, dass während der ganzen Reise, von Anfang bis zu Ende, alles vollkommen geklappt hat — bis auf das gute Wetter, das sich nicht minder programmässig eingestellt und bis zum Schlusse angehalten hat!

Die Konsumvereinsbesteuerung im Kanton Zürich nach dem neuen Steuergesetzentwurf.

Soeben veröffentlicht der Regierungsrat des Kantons Zürich den Entwurf zu einem neuen Steuergesetze, nachdem ein bereits aus dem Jahre 1899 stammender Entwurf der gleichen Behörde seither aus dem Stadium der Vorberatungen nicht hinausgelangt ist. Da der Kanton Zürich einer der wenigen Schweizerkantone ist, die die Rückvergütung auf Warenbezüge der Konsumenten bisher steuerfrei gelassen haben, so interessierte uns natürlich die Frage, wie die Rückvergütungen der Konsumvereine im neuen Entwurf behandelt werden, in erster Linie. Ein kurzer Blick in den Entwurf überzeugte uns, dass die Zürcher Regierung auch fernerhin im Prinzip die Rückvergütungen steuerfrei erklären will, dass sie dagegen die Steuerfreiheit an gewisse Klauseln knüpft, was zu Zweifeln darüber führen kann, ob die Zürcher Regierung das Wesen der Konsumgenossenschaft resp. Wirtschaftsgenossenschaft richtig erfasst hat. Je nachdem nämlich die betreffenden Vorschriften interpretiert werden, würde nämlich die neue Regelung eine Bevorzugung der Erwerbsgenossenschaft, die auch mit Nichtmitgliedern verkehrt und an diesen Profit macht, vor der Wirtschaftsgenossenschaft, die nur die Bedürfnisse ihrer Mitglieder decken will, in sich schliessen.

Der neue Entwurf will nämlich, wie das z. B. bereits in Basel seit Jahrzehnten üblich ist, zwischen der Besteuerung physischer und juristischer Personen einen Unterschied machen und für letztere statt der Einkommens- und Vermögenssteuer eine Ertragssteuer und eine Kapitalsteuer einführen. Diese Steuern werden Kapitalvereinigungen, als welche Aktiengesellschaften, Erwerbsgenossenschaften «und andere juristische Personen, welche mittelst eines in Anteilrechte der Mitglieder zerlegten Betriebskapitals ein Geschäft oder Gewerbe betreiben», in Betracht kommen, auferlegt. Da unsere Konsumvereine, soweit sie nur mit Mitgliedern verkehren, keine Erwerbsgenossenschaften sind, so können sie nur unter die letztere Kategorie der «anderen juristischen Personen» eingereiht werden, da wohl für alle unsere zürcherischen Verbandsvereine die obigen Voraussetzungen zutreffen (für den A. C. V. Basel und einige andere Verbandsvereine, die die Anteilscheine abgeschafft, resp. zurückgezahlt haben, wäre die Einreihung in eine der obigen «Kapitalvereinigungen» wohl etwas schwierig).

Ueber die Ertragssteuer bestimmen die §§ 33 und 34 des Entwurfes folgendes:

Der Ertragssteuer wird der jährliche Reinertrag zugrunde gelegt.

Der Reinertrag setzt sich zusammen aus:

1. den als Vermögensvermehrung zu betrachtenden Verwendungen aus dem Betriebsergebnis, wie Einlagen in die Reservefonds, Amortisationsfonds und ähnliche Rückstellungen, Anschaffungen und Verbesserungen, ausserordentliche, den geschäftsmässig begründeten Betrag übersteigende Abschreibungen, der Saldovortrag auf neue Rechnung;
2. den an die Mitglieder in Form von Dividenden auf Aktien und Anteilrechten ausbezahlten Gewinnanteilen;
3. Tantièmen, Gratifikationen und Zuwendungen aus dem Gewinn, die nicht gemeinnützigen Zwecken dienen.

Bei Ermittlung des Reinertrages dürfen abgerechnet werden:

1. der Saldovortrag vom Vorjahre;
2. Rückerstattungen auf Prämienzahlungen von Versicherten oder auf Warenbezügen, soweit sie auch Geschäftskunden, die nicht Mitglieder sind, gewährt werden.

Für die Konsumvereine ist von grösster Wichtigkeit die Zulässigkeit des Abzuges von Rückerstattung auf Warenbezügen, während die an die Mitglieder in Form von Dividenden auf Anteilrechten ausbezahlten Gewinnanteile keine grosse Rolle spielen; die meisten Konsumvereine gewähren ja keine variabeln Gewinnanteile auf die Anteilscheine, sondern die Anteilscheine der Konsumvereine müssen mit einem im voraus festgesetzten Zinsfuss von 4% bis maximal 5% vorliebnehmen, abgesehen von denjenigen Vereinen, die statutarisch auch die Verzinsung der Anteilscheine ausschliessen. Diese Anteilscheine haben demgemäss auch viel mehr den Charakter von Obligationenschulden oder Vorschüssen als von Gewinnpapieren, weshalb man ja vom theoretischen Standpunkt aus mit gewissem Rechte sie als nicht der Steuer unterworfen beanspruchen kann. Immerhin müssen wir zufrieden sein, wenn gegenüber den Konsumvereinen kein grösseres Unrecht geschieht, als dass die den Anteilscheinen gewährten Zinsen als Gewinn versteuert werden müssen, und so glauben wir, dass nach dem neuen Entwurfe wahrscheinlich der Versuch gemacht werden wird, diese Zinsen als Reinertrag zur Besteuerung heranzuziehen, obwohl bei genauer Interpretation des § 34 diese Besteuerung nicht zulässig ist.

Dagegen ist mit Genugtuung — man wird ja Steuergesetzen gegenüber mit der Zeit sehr bescheiden — festzustellen, dass die Zürcher Behörden den Unterschied zwischen dem dem Genossenschaftskapital zufallenden Gewinnanteil oder Zins und den Rückerstattungen auf Warenbezügen nicht nur erkannt, sondern ihre Erkenntnis auch in die Tat umgesetzt haben, indem sie prinzipiell feststellen, dass Rückerstattungen auf Warenbezügen nicht zum Reingewinn gehören. Trotz dem klaren Wortlaut des st. gallischen Steuergesetzes haben sich z. B. die st. gallischen Behörden zu dieser Erkenntnis noch

nicht durchgerungen, oder, falls die Erkenntnis doch vorhanden sein sollte, wird derselben zuwider das Gesetz gehandhabt.

Wenn wir also für diese eigentlich selbstverständliche Unterscheidung den Zürcher Behörden ein Kränzchen winden müssen, so befallen uns doch wieder Zweifel, wenn wir in dem Entwurfe die merkwürdige Klausel finden, dass Rückerstattungen auf Warenbezügen abgerechnet werden dürfen, soweit sie auch Geschäftskunden, die nicht Mitglieder sind, gewährt werden.

Da die Vorschrift etwas unklar ist, suchen wir Aufschluss in der begleitenden Botschaft, finden aber dort nur die Worte: «Diese Bestimmung geht daraus hervor, dass Rechnungsüberschüsse, die nach Massgabe der Warenbezüge nur an die Mitglieder, unter Ausschluss der Nichtmitglieder, verteilt werden, als steuerpflichtiger Geschäftsgewinn zu betrachten seien. Allfällige Erträge von Geschäften mit Nichtmitgliedern zu besteuern, solche aus Geschäften mit Mitgliedern dagegen nicht, (§ 23. Ziffer 3, lit. c. des Kommissionsentwurfes), widerspräche dem allgemeinen Prinzip der Steuerpflicht für Geschäftserträgnisse.»

Diese Begründung, die einen kompletten Mangel an Verständnis für das eigentliche Wesen der Wirtschaftsgenossenschaft erraten lässt, gibt uns den gewünschten Aufschluss nicht, sondern lässt uns nur darauf schliessen, dass die kantonsrätliche Kommission in ihrem Entwurfe von 1908, den wir leider augenblicklich nicht zur Hand haben, ganz richtig einen Unterschied zwischen Genossenschaften, die nur mit Mitgliedern verkehren und solchen, die im Verkehr mit Nichtmitgliedern ein Geschäft machen wollen, gemacht hatte. Für die Entscheidung der wichtigen Frage: Müssen in Zukunft Genossenschaften, die darauf Anspruch machen, die Rückerstattungen auf Warenbezüge vom steuerpflichtigen Reinertrag in Abzug bringen zu dürfen, ihren bisher auf die Mitglieder beschränkten Verkehr auch auf Nichtmitglieder ausdehnen? lässt uns Entwurf und Weisung im Stich. Nach dem Wortlaut des Entwurfes ist nicht absolut ausgeschlossen, dass auch Konsumvereine, die nur mit Mitgliedern verkehren, für die Rückerstattungen Steuerfreiheit beanspruchen können und man kann die erwähnte Vorschrift ganz wohl so auslegen, dass nur eine unterschiedliche Behandlung von Warenbezügen durch Mitglieder resp. Nichtmitglieder verhindert werden soll, dass dagegen ein Konsumverein, der statutarisch nur an Mitglieder verkauft und deshalb mit Nichtmitgliedern gar nicht verkehrt, sie also weder gleich noch ungleich behandelt, nicht verkürzt werden soll.

Ist diese Interpretation richtig, so haben wir keinen Anlass, zum Aufsehen zu mahnen; soll aber die in Frage stehende Bestimmung, was auch daraus herausgelesen werden kann, die Erwerbsgenossenschaften vor den Wirtschaftsgenossenschaften bevorzugen, dann wäre aller Anlass vorhanden, mit Entschiedenheit gegen eine solche Vorschrift Stellung zu nehmen, die uns in der genossenschaftlichen Entwicklung wieder um Jahrzehnte zurückwerfen würde: Sollten Konsumvereine, die nur an Mitglieder verkaufen, die Rückerstattung auf Warenbezüge voll versteuern müssen, dann müssten sie aus Gründen der Selbsterhaltung sofort den Verkehr auch mit Nichtmitgliedern wieder aufnehmen, andererseits würden die Bundes- und Bundesbahnbehörden sie dann wieder als Erwerbsgesellschaften behandeln und allen Bundesangestellten die Mitwirkung in den Genossenschaftsbehörden verbieten. Das sind alles Gründe genug, eine deutlichere Redaktion der betreffenden Bestimmung zu verlangen.

Auf andere Bestimmungen des Entwurfes wollen wir später noch zurückkommen.

Was haben die Konsumvereine für die Bauernbevölkerung Dänemarks getan?

Von Julius O. Eskildsen, Kopenhagen.

Die letzten zehn Jahre haben der dänischen Genossenschaftsbewegung ausser materiellen Erfolgen auch noch Ruhm und Ansehen gebracht. Das Ausland ist in stets wachsendem Masse auf uns aufmerksam geworden, was unseren Konsumvereinen und ihrer Grosseinkaufsstelle eine Menge Besuche verschafft hat. Aus allen Ländern der Erde sind Studienreisen veranstaltet worden, um die ausgedehnte Konsumvereinsbewegung des kleinen Dänemark kennen zu lernen, und sowohl mündlich wie schriftlich ist uns Lob in reichem Masse zuteil geworden.

Es liegt deshalb für uns die Frage nahe, ob wir denn eigentlich auch diese Lobpreisungen verdienen und ob wir der Bevölkerung wirklich die Dienste erwiesen haben, die man uns zuschreibt.

In erster Linie darf wohl behauptet werden, dass die Konsumgenossenschaftsbewegung der stärksten Schicht unserer Bevölkerung, den Bauern und Hofbesitzern, wesentliche Dienste geleistet hat, indem sie dafür sorgte, dass die Bevölkerung gute und preiswerte Produkte erhielt, und zwar nicht nur die Mitglieder der Genossenschaften, sondern auch die ausserhalb Stehenden, weil, durch die Konkurrenz der Konsumgenossenschaften gezwungen, auch die Händler inbezug auf Qualität und Preis nicht mehr nach Willkür schalten und walten konnten.

Einer amtlichen statistischen Erhebung zufolge gab es in Dänemark im Jahre 1910 insgesamt 1364 Konsumvereine mit 205,000 Mitgliedern und einem Jahresumsatz von 70 Millionen Kronen oder 98 Millionen Franken. Von diesen Vereinen verkehrten 483 mit 87,000 Mitgliedern und einem Jahresumsatz von 26 Millionen Kronen (36,400,000 Fr.) auch mit Nichtmitgliedern, während 887 Vereine mit 148,000 Mitgliedern und einem Umsatz von 44 Mill. Kronen (61,600,000 Fr.) nur mit Mitgliedern verkehrten. Was die Verteilung der Konsumvereine auf die verschiedenen Schichten der Bevölkerung anbetrifft, so mögen folgende Angaben Auskunft geben. 1321 Vereine mit 189,000 Mitgliedern befinden sich auf dem Lande, und nur 44 Vereine mit 15,700 Mitgliedern in den Städten. Die durchschnittliche Mitgliederzahl der Stadtvereine beträgt, 357, während die Landvereine durchschnittlich 143 Mitglieder zählen.

Nach der Statistik des dänischen Grosseinkaufsverbandes verteilen sich die 113,100 Mitglieder folgendermassen auf die verschiedenen Bevölkerungsschichten: 36,300 = 32% sind kleinere Hofbesitzer, 46,182 = 41% sind sogen. Häusler, während 30,612 = 27% der Mitglieder dem Arbeiter-, Fischer- und Handwerkerstande angehören. Den grössten Teil der Mitgliedschaft bilden demnach die Kleinbauern, Landarbeiter und Fischer mit 68%, während die Hofbesitzer nur 32% ausmachen. Immerhin setzt sich auch diese letzte Kategorie nicht aus Gross-

bauern zusammen, sondern zum weitaus grössten Teil aus Kleinbauern.

Wir kommen nun zu der Frage, auf welche Weise die Lage der dänischen Landbevölkerung durch die Konsumvereine verbessert wurde. Da fällt vor allem die ökonomische Besserstellung auf, wie sie sich aus dem Umsatz und der dabei erzielten Nettoersparnis ergibt. Dabei ist bemerkenswert, dass der Umsatz in noch stärkerem Masse zugenommen hat, als die Mitgliederzahl, was darauf schliessen lässt, dass unsere Bevölkerung mit den Einkäufen in ihren Genossenschaften zufrieden ist. Während sich die Mitgliederzahl um 43% vermehrte, ist in der gleichen Zeit der Umsatz um 105% gestiegen. Es belief sich der Durchschnittsumsatz der Vereine

im Jahre	1896	auf	20,407	Kronen
»	1899	»	28,442	»
»	1901	»	30,426	»
»	1903	»	34,553	»
»	1905	»	38,838	»
»	1907	»	43,162	»
»	1910	»	50,910	»

Am auffallendsten geht die Bedeutung der Konsumvereinsbewegung in unserm Lande aus dem Gesamtumsatz der Vereine hervor. Dieser belief sich in den Jahren 1900—1910 auf rund 576 Millionen Kronen. Das erfreulichste Resultat der Bewegung ist jedenfalls neben der bedeutenden direkten Ersparnis die preisregulierende Wirkung der Konsumvereine. In unsern Dörfern ist in den letzten 20 bis 30 Jahren im Handel ein gewaltiger Umschwung eingetreten, indem sich die Zahl der Kleinhändler stark verminderte und im gleichen Masse auch die Handelsgewohnheiten sich verbesserten. Die Qualität der vermittelten Ware ist in sehr merkbarer Weise gestiegen, und trotzdem konnten den Mitgliedern noch ansehnliche Jahresrückvergütungen ausbezahlt werden. Daneben wurde auch die Dotierung der Reservefonds nicht vergessen, und auf Gebäuden und Warenvorräten sind schöne Abschreibungen gemacht worden. Ueber die Nettoerträgnisse geben folgende Zahlen Auskunft.

Im Jahre	1866	traf es auf	1	Mitglied	6	Kronen
»	1870	»	1	»	13,03	»
»	1897	»	1	»	14,90	»
»	1900	»	1	»	15,81	»

und jetzt über **24 Kronen** pro Mitglied.

In den Jahren 1900 bis 1910 haben die dänischen Konsumvereine ihren Mitgliedern 39,200,000 Kronen als Rückvergütung ausbezahlt.

Nicht minder wichtig als die wirtschaftlichen Vorteile sind die ethischen, wenn sie auch nicht in Ziffern ausgedrückt werden können. Durch die gemeinsame Arbeit in den Genossenschaften ist das Solidaritätsgefühl unserer Bevölkerung in sehr starkem Masse gewachsen und das Zutrauen in die eigene Kraft hat zugenommen. Unsere Bewegung ist denn auch eine durchaus gesunde und das gegenseitige Zutrauen berechtigt. Auch auf unsere Bauernproduktivgenossenschaften (Schlächtereien, Molkereien, Eierexportvereine) haben die Konsumgenossenschaften grossen Einfluss gehabt. Sie stehen in enger gegenseitiger Berührung mit ihnen und die leitenden Personen der verschiedenen Genossenschaften sind vielfach dieselben. Nur durch das Genossenschaftswesen haben sich unsere Bauern die ehrenvolle Stellung erringen können, die sie heute im Welthandel besitzen, und es ist deshalb nicht verwunderlich, dass auch die Behörden der Bewegung ihre Aufmerksamkeit schenken und ihr zum mindesten keine Hindernisse in den Weg legen. Unsere Bauern wissen, was sie den Konsumgenossenschaften im besondern und der Genossenschaftsbewegung im allgemeinen zu verdanken haben, und sie sehen mit vollem Vertrauen in die Zukunft.

Volkswirtschaft

Die Exportgesellschaft für Emmenthalerkäse in Brugg und der Milchpreis. Am 4. ds. tagte diese Gesellschaft in Zürich. Nach der Annahme des Antrages des Vorstandes auf die Erhöhung des Aktienkapitals referierten die Herren Zwingli und Dr. Laur über die Prosperität des Unternehmens. Aus Kreisen der Käsehändler sei verbreitet worden, die Exportgesellschaft habe im ersten Jahre ein Defizit von Fr. 150,000 gemacht. Die Jahresbilanz liege zwar heute noch nicht vor, es könne aber versichert werden, dass das den Tatsachen nicht entspreche. Ein grosser Gewinn sei nicht vorhanden, aber auch kein Verlust. Und nun kommt die Hauptsache: «**Ohne das Dazwischentreten der Exportgesellschaft wäre der Milchaufschlag vom letzten Herbst bis 2 Rappen nicht erfolgt, vielleicht eher ein Rückgang.**» Dr. Laur veranschlagt den Gewinn der ganzen schweiz. Milchwirtschaft, den die Exportgesellschaft ihr vermittelte, auf sage und schreibe 20—30 Millionen Franken. Was wiederholt in Abrede gestellt wurde, wird nun offen zugegeben. Die schweizerische Bevölkerung, die genötigt ist, die Milch zu kaufen, wurde also durch die Exportgesellschaft gezwungen, 20—30 Mill. Franken mehr zu bezahlen. Gegenüber einer Einwohnerschaft, die sich zum weitaus grössten Teile aus Arbeitern zusammensetzt, ist ein solch unverantwortliches Vorgehen nicht scharf genug zu verurteilen. Es ist schon viel und oft gegen die segensreiche Wirksamkeit der Konsumvereine die Hilfe des Staates angerufen worden, teilweise mit Erfolg. Wäre es nicht hier eher am Platze, einer Ausbeutung, die kein Mass kennt, mit gesetzlichen Bestimmungen entgegenzuwirken? — Wir begreifen, dass der Bauernverband sich an diejenigen Bundesräte macht, die ihm ein willig Ohr leihen, dass Dr. Laur eine unbändige Freude zeigt, weil Schulthess, sein intimer Freund, in die höchste Stelle des Landes eintritt, dass Dr. Laur eine Kandidatur als Ständerat nicht annimmt (weil, wie er sagt, er als mehr treibender, als offizieller Bauernvertreter, mehr Gewicht hat, denn als Abgeordneter) und dass zuguterletzt der aargauische Bauernverband den Präsidenten der Exportgesellschaft, Herrn Fürsprech Dr. Keller, «zum Wohle des ganzen Volkes» in den Ständerat hineinschieben will. Es geht wirklich lange, bis unserm aargauischen und auch dem Schweizervolke die Augen über solch einem Treiben aufgehen! *R.*

Landw. Genossenschaftswesen

Der Verband der schweizerischen Raiffeisenkassen hielt am 5. August in Olten seine X. ordentliche Jahresversammlung ab. Die Tagung wurde von Pfarrer Traber aus Bichelsee eröffnet und Präfekt Schwaller, Freiburg, zum Tagespräsidenten gewählt.

Dem vorgelegten Jahresbericht entnehmen wir, dass das Jahr 1911 mit einem Ueberschuss von Fr. 2988.10 abgeschlossen hat, sodass dem Reservefonds Fr. 1039.17 zugewiesen werden konnten. Ende 1910 betrug die Zahl der angeschlossenen Kassen 136. Vom 1. Januar bis 31. Dezember 1911 wurden 20 Kassen neu gegründet und in den Verband aufgenommen. Dagegen sind zwei Austritte zu verzeichnen, sodass Ende 1911 die Zahl der angeschlossenen Kassen 154 betrug. Seit dem 1. Januar 1912 sind drei Kassen neu hinzugekommen, somit ist die Gesamtzahl heute 157. Mit der Zentralkasse verkehrten 154 Kassen, für die die Tagebücher 5271 geschäftliche Operationen aufweisen.

Der wichtigste Punkt der Tagesordnung betrifft die Reorganisation der Zentralkasse. Der schweiz. Raiffeisenkassen-Verband macht seit einiger Zeit eine schwere Krisis durch. Am 5. August sollte es zum Sturm kommen. Eine Elferkommission unterbreitete der Delegiertenversammlung folgende Vorschläge:

a) Gründung einer Zentralkasse mit Solidarhaft aller Kassen oder mit Geschäftsanteilen von durchschnittlich 1000 Fr.

b) Uebertragung des Kassieramts an eine Bank, wie früher, und Anstellung eines Zentralbuchhalters.

c) Einrichtung von Kantonal- und Kreisverbänden mit freigewähltem Geldverkehr.
Der Verband als solcher bleibt bestehen mit der Aufgabe der Revision, Aufklärung und Propaganda.

Der Verbandsvorstand stellte folgenden Gegenantrag:

a) Die drei obigen Vorschläge sind abzulehnen.

b) Die Zentralkasse vorläufig in Bichelsee zu belassen, unter weitherziger Anwendung des § 14, Abs. 4 der Statuten, d. h. den Kassen, denen der Verkehr mit Bichelsee nicht genügt, den Verkehr mit andern Banken durch Zustimmung des Vorstandes und Aufsichtsrates zu gestatten.

Herr Pfarrer Scheffold, Oberbüren, referierte im Namen der Elferkommission. Die Gründung einer Zentralkasse mit Solidarhaft aller Kassen oder mit Geschäftsanteil von durchschnittlich 10,000 Fr. wurde nach Ansicht der Sachverständigen als für den Augenblick unmöglich dargestellt. Darum schlug die Elferkommission die Uebertragung des Kassenamtes an eine Bank, wie früher, und Anstellung eines Zentralbuchhalters vor. Mit verschiedenen grossen Banken wurden vergeblich Unterhandlungen angeknüpft. Die Schweiz. Genossenschaftsbank, mit der man ebenfalls in Verbindung getreten war, erklärte sich endlich zu der Geschäftsverbindung bereit und will dem Raiffeisenverbande einen Kredit von Fr. 600,000 einräumen. Der Zinsfuss soll dann halbjährlich geregelt werden. Dieser Bank soll der Geldverkehr überlassen und eine eigene Verbandsbuchhaltung geschaffen werden, die nur dem Verbande untersteht. Nur auf solche Weise könne der schweiz. Raiffeisenverband erhalten werden.

Den Antrag des Verbandsvorstandes vertrat Präsident Pfarrer Traber, der ungefähr folgendes ausführte: Dass man den Kassen freien Geldverkehr überlassen habe, habe zur Folge gehabt, dass die Kassen ihre Passivbestände bei der Verbandskasse beliessen, aber ihre Depots bei anderen Banken anlegten. Es brauche keine neue Zentralkasse gegründet zu werden, denn 1902 sei mit der Prüfung des Verbandes auch eine Zentralkasse gegründet worden. Es handle sich jetzt nur noch darum, diese Verbandskasse auszubauen und einen Modus zu finden, wie sie verwaltet werde. Ausser den Vorschlägen der Elferkommission gebe es ja auch noch den Weg einer Aktiengesellschaft. Denn die Solidarhaft der Kassen und die 10,000 Franken-Anteilscheine einzuführen, bedeute für den Augenblick einen zu grossen Schritt. Wenn nun die Genossenschaftsbank dem Raiffeisenverbande einen Kredit von 600,000 Fr. gewähre, wie will man dann, da wir jetzt schon mit einer Million rechnen müssen, die restierenden 400,000 Fr. decken? Die Kasse Bichelsee hat die Hälfte der Schulden des Verbandes bis jetzt gedeckt. Es gibt aber im Verbande auch noch finanzkräftigere Kassen als die Kasse von Bichelsee. Man sollte die Kasse von Bichelsee bestehen lassen als Uebergangsstadium. Man kann ja die Anteilscheine vermehren dadurch, dass man für 1000 Fr. Einzahlung 2000 Fr. Garantie übernimmt.

Dr. Beck kritisiert die rechtliche Seite des Vorschlages der Elferkommission. In dem Vertragsentwurf mit der Genossenschaftsbank ist die Klausel enthalten, dass der Raiffeisenverband ohne Wissen der Genossenschaftsbank mit keiner anderen Bank in Geldverkehr treten darf. Das bedeutet nichts anderes als das Monopol für die Genossenschaftsbank; der Raiffeisenverband hängt damit vollständig von der Genossenschaftsbank ab. Die letzte Krise im Lande soll uns zur Warnung dienen. Wenn halbjährlich ein neuer Kreditvertrag abgeschlossen werden muss und die Bank ist mit den Vorschlägen des Verbandes nicht einverstanden und kündigt uns auf 6 Wochen den Kredit, was dann? Wenn wir den Vertrag eingehen, dann binden wir uns selbst den Strick um den Hals. Die alte bewährte Kasse in Bichelsee führt uns wie bisher zum Ziele. Wir wollen unsere Freiheit und Unabhängigkeit gegenüber jeder Bank wahren.

Nachdem die beiden Hauptreferenten nochmals ein jeder seinen Standpunkt vertreten, setzte eine sehr lebhafte und erregte Diskussion ein, bei der die divergierenden Meinungen aufeinander prallten. Die geheime Abstimmung ergab endlich folgendes Resultat: Bei einer Summe von 203 abgegebenen Stimmen waren 2 leer, 116 für die Elferkommission und 85 für den Vorstand. Somit ist der Antrag *b* der Elferkommission zum Beschluss erhoben.

Im Zusammenhang mit diesem Beschluss erklärte der bisherige Vorstand, eine event. Wiederwahl nicht mehr annehmen zu wollen.

Nachdem diverse Geschäfte minderer Bedeutung rasch erledigt worden waren, wurde der neue Vorstand folgendermassen bestellt:

Direktor Figi, Freiburg; Posthalter Jecker, Mümliswil; Pfarrer Mounod, Palézieux; Gemeindeammann Liner, Andwil; Kantonsrat Scherrer, Niederhelfenschwil. Zum Präsidenten wurde Gemeindeammann Liner gewählt. Die geheimen Wahlen für den Aufsichtsrat ergaben: Pfarrer Scheffold, Oberbüren; Kantonsrat Nussbaumer, Hofstetten; Kassier Thüring, Ettingen; Präfekt Schwaller, Freiburg; Kassier Steiner, Wettingen. Zum Präsidenten wurde Pfarrer Scheffold gewählt.

Mit diesen Wahlen hatte der X. ordentliche Verbandstag der schweizerischen Raiffeisenkassen sein Ende gefunden. Der Tagespräsident Präfekt Schwaller sprach dann noch in einem Schlussworte dem bisherigen Vorstande den Dank für seine Tätigkeit aus, zugleich mit dem Bedauern, dass er eine Wiederwahl abgelehnt habe. Weiter gab er noch der Hoffnung Ausdruck, dass bei der nächsten Generalversammlung der um den schweiz. Raiffeisenverband hochverdiente Pfarrer Traber zum Ehrenpräsidenten ernannt werde.

Internat. Genossenschaftsbund

Die Kopenhagener Sitzung des Vorstandes des I. G. B. — Die diesjährige Sitzung des Zentralvorstandes des I. G. B. fand Samstag den 10. August dieses Jahres in Kopenhagen statt. Vollzählig durch ihre Delegierten vertreten waren Dänemark, Grossbritannien, Holland, Norwegen, Schweden und die Schweiz; von den deutschen Delegierten waren erschienen die Herren von Elm und H. Kaufmann, von den österreichischen Herr Dr. Karpeles und von den ungarischen Herr E. György, während die übrigen im Zentralvorstand vertretenen Länder Belgien, Finnland, Frankreich, Italien, Rumänien, Russland und Serbien keine Abgeordnete entsandt hatten. Von den behandelten Geschäften seien folgende erwähnt:

1. **Feststellung der Verhandlungsgegenstände für den Kongress von 1913 in Glasgow.** Neben dem bereits früher schon beschlossenen Referat über die internationale Genossenschaftsstatistik, das von Herrn Dr. Müller gehalten werden soll, wurden weitere vier Diskussionsthema aufgestellt:

1. Der direkte Güteraustausch zwischen konsumgenossenschaftlichen, landwirtschaftlichen und anderen Produktivgenossenschaften — auch zwischen den Grosseinkaufsgesellschaften der verschiedenen Länder.
2. Nähere Beziehungen und gegenseitige Hilfe der Genossenschafter in den verschiedenen Ländern und der umfassende Charakter des I. G. B.
3. Die Entwicklung der genossenschaftl. Presse im Interesse der genossenschaftl. Erziehung.
4. Die Frage der Pluralität von Konsumvereinen, welche ihren Sitz in derselben Ortschaft haben.

Als Referenten wurden bezeichnet: zu 1) Herr Kaufmann, Hamburg; zu 2) Herr A. Williams, London; zu 3) Herr Dr. Schär, Basel; zu 4) Herr Buffoli, Mailand. Falls Herr Buffoli verhindert sein sollte, soll der Referent durch den leitenden Ausschuss bestimmt werden.

2. **Organisation des Sekretariats und Redaktion des Bulletins bis zum nächsten Kongress.** Seit geraumer Zeit war der Sekretariatsdienst in London ausschliesslich durch das in London residierende Mitglied des leitenden Ausschusses, Hrn. A. Williams, Präsident dieser Behörde, unter Mitwirkung einiger Angestellter besorgt worden. Mit Herannahen des Kongresses von 1913 werden sich diese Geschäfte bedeutend vermehren und würden Herrn A. Williams über seine verfügbare Zeit hinaus in Anspruch nehmen. Aus diesem Grunde war die Schaffung eines Provisoriums bis zum nächsten Kongress erforderlich. Die Lösung wurde darin gefunden, dass Herr Dr. Hans Müller, der bereits früher einige Zeit die Geschäfte des Sekretariats in London besorgt hatte, diese Funktionen provisorisch wieder übernimmt und jeweils für längere Zeit sich nach London begibt, um die Abwicklung der Geschäfte zu überwachen. Da nach dem Beschluss des Hamburger Kongresses das Sekretariat bis zum Jahre 1913 in London bleiben muss, war eine andere Lösung zurzeit nicht möglich. Voraussichtlich wird nach dem Kongress in Glasgow der Sitz des Sekretariates nach dem Kontinent verlegt werden und es wird dann eher möglich sein, eine geeignete Persönlichkeit zur definitiven Wahl als Generalsekretär des I. G. B. zu finden. Wohin der Sitz des Sekretariates verlegt werden soll, ist dagegen zurzeit noch unbestimmt, möglicherweise kommt auch die Schweiz hierfür in Betracht.

Die Redaktion des Bulletins wird auch fernerhin Herr Dr. Müller besorgen.

3. **Besprechung der Austrittsgründe einer Anzahl slavischer Genossenschaften aus Oesterreich.** Eine Anzahl slavischer Genossenschaften aus Oesterreich, worunter auch Iednota Zalozen in Prag haben ihren Austritt aus dem I. G. B. erklärt und diesen Schritt damit begründet, dass ihrer Richtung bei der Wahl der Vorstandsmitglieder in Hamburg kein Vertreter im Zentralvorstand zugebilligt worden sei, weil der Zentralverband österreichischer Konsumvereine dagegen protestiert hatte, dass Konsumgenossenschaften anderer Verbände, die dem Zentralverband gegenüber eine feindselige Haltung einnehmen, berechtigt seien, eine Vertretung im Zentralvorstand zu beanspruchen. Der Zentralvorstand nahm von diesen Austritten und deren Motivierung Kenntnis, ohne nach der einen oder anderen Richtung hin Beschlüsse zu fassen.

4. **Friedensbewegung.** Der leitende Ausschuss, resp. Herr A. Williams, begründete den Vorschlag, dass der I. G. B. einen ständigen Vertreter bei der Internationalen Friedensgesellschaft in Bern ernenne. Ferner soll jede nationale Sektion des I. G. B. auch einen ständigen Vertreter bei der Friedensgesellschaft des betreffenden Landes beanspruchen.

Dem ersteren Vorschlage wurde zugestimmt mit Rücksicht darauf, dass die Genossenschafter nicht nur ein ideelles Interesse an der Erhaltung des Friedens haben, sondern auch ein starkes materielles Interesse, da durch jeden Krieg die genossenschaftliche Bewegung und Entwicklung grosse Nachteile erleiden würde.

Betreffend des zweiten Teiles des Vorschlages wurde es dagegen jedem Lande überlassen, so vorzugehen, wie die lokalen resp. nationalen Verhältnisse dies als wünschbar erachten lassen. Ob die Schweiz einen solchen Vertreter beanspruchen wird in der nationalen Friedensgesellschaft, wird von den Beschlüssen der Verbandsbehörden, die heute noch nicht gefasst sind, abhängen.

5. Für die Wiederwahl der Hälfte der Mitglieder des Zentralvorstandes im Jahre 1913 wurden bestimmte Normen aufgestellt.

6. **Zeit und Ort der nächsten Sitzung des Zentralvorstandes.** Auf Einladung der schweizerischen Delegierten wurde beschlossen, die nächste Sitzung des Zentralvorstandes in Basel abzuhalten, und zwar sollen die auf Schluss unserer Delegiertenversammlung von 1913 folgenden zwei Tage ausgewählt werden, also voraussichtlich Montag und Dienstag Anfang Juni 1913. Es soll dadurch den Mitgliedern des Zentralvorstandes ermöglicht werden, zugleich auch unserer Delegiertenversammlung beizuwohnen.

7. Für die an Weihnachten in Tours stattfindende Einigungskonferenz der französischen Konsumgenossenschafter wurde mit Rücksicht auf die Wichtigkeit dieser Konferenz eine separate Delegation des Vorstandes, bestehend aus den Herren Maxwell und Williams, bestimmt, für den holländischen Kongress in Rotterdam im September 1912 Herr Dr. Hans Müller.

Die Mitglieder des Zentralvorstandes wurden von den dänischen Genossenschaftern in sehr liebenswürdiger und gastfreundlicher Weise empfangen.

Nach Besichtigung der einen erstaunlichen Aufschwung nehmenden Volksversicherungsgesellschaft und des Verwaltungsgebäudes der dänischen Grosseinkaufsgesellschaft wurde den Mitgliedern des Zentralvorstandes im «Palasthotel» ein Frühstück offeriert vom Zentralverband dänischer Konsumvereine und abends waren sie zu einem Nachtessen in «Marienlust» bei Helsingör von der Grosseinkaufsgesellschaft eingeladen.

Nach Schluss der offiziellen Verhandlungen erfüllten die Mitglieder des Zentralvorstandes eine Dankesschuld, indem sie am Grabe des verstorbenen früheren Mitgliedes des Zentralvorstandes, Justizminister Svend Högsbro, einen Kranz niederlegten, bei welchem Anlasse der Präsident des I. G. B., Herr Maxwell, eine sehr sympathische Ansprache hielt.

Von dem Interesse, das in Dänemark der Genossenschaftsbewegung geschenkt wird, erhielten wir unter anderm auch dadurch einen Beweis, dass die bedeutendste Zeitung Dänemarks, «Politiken», an Hand einer Photographie des Zentralvorstandes, die vormittags 1/2 12 Uhr in den Räumen der Volksversicherungsgesellschaft aufgenommen worden war, bereits abends ein Gruppenbild dieses Zentralvorstandes nebst verschiedenen begleitenden Artikeln veröffentlichte.

Aus unserer Bewegung

Stein a. Rh. (B.-Korr.) «Es ist erreicht», was vor mehr als Jahresfrist in dem grossen Bauerndorfe Ramsen erstrebt worden ist, nämlich der Zusammenschluss der dortigen Genossenschaftsfreunde zu einer Konsumentenorganisation; jedoch nicht in jener Weise, wie anfänglich geplant war — Gründung einer selbständigen Konsumgenossenschaft — sondern eine Vereinigung mit Stein a. Rhein. Indem die Initianten während all dieser Zeit nicht ruhten, um einmal zum ersehnten Ziele zu kommen, gelangten sie vor einigen Wochen mit dem von 55 Unterschriften vollzogenen Gesuche an den Vorstand unseres Konsum-Vereins, betr. Errichtung einer Ablage.

Nach reiflicher Ueberlegung und Besprechung dieser Angelegenheit in mehreren Vorstandssitzungen und einer Mitgliederversammlung, nebenbei ermutigt durch einflussreiche Genossenschafter benachbarter Konsum-Genossenschaften, wurde beschlossen auf dieses Gesuch einzutreten und die nötigen Schritte hiezu anzubahnen.

Auf Sonntag, den 11. August, wurde nun eine öffentliche Versammlung in das Gemeindehaus nach Ramsen anberaumt, welch letzteres, im Gegensatze zu dem unnatürlichen Vorgehen seitens des «neutralen» Steiner Stadtrates, von der Behörde in Ramsen bereitwilligst zur Verfügung gestellt wurde.

Zur anberaumten Zeit zog ein stolzes Genossenschaftstrüpplein von Stein dem Versammlungsorte zu, wo in Anwesenheit von ca. 60 Mann die Versammlung durch den Präsidenten des Konsumvereins Stein eröffnet wurde. Nach der gewohnten Begrüssung und einer einleitenden Aufklärung über den Zweck der Versammlung, erteilte derselbe Herrn Ulrich Meyer aus Basel das Wort zu seinem Referat, welche Aufgabe letzterer in seiner bekannten meisterhaften Weise löste.

Beginnend mit der allgemeinen Geschichte der Genossenschaften, beleuchtete der Referent im weitern die Ursachen der Genossenschaftsbewegung und nicht minder deren Vorteile, hiebei interessante Vergleiche ziehend. In erläuternder Weise gab er Aufschluss über den Aufschwung der Konsumgenossenschaften in Schaffhausen und Stein am Rhein, wobei er hauptsächlich die ungeahnten Erfolge und das Aufstreben letzterer Genossenschaft hervorhob. — Stein darf sich zu diesem Urteil gratulieren. — Zum Schlusse übergehend, ermahnte der Redner die neuen Ramser Genossenschafter zu solidarischem, treuem Zusammenhalten, fleissiger, zielbewusster Arbeit und Pflege harmonischer Beziehungen mit den Steiner Genossen und ihrem Vorstande.

Nach Verdankung und Beifallskundgebung für das vorzügliche Referat, eröffnete der Vorsitzende die Diskussion, welche in erster Linie von Herrn Gemeinderat Schmid von Ramsen, Vorstand des dortigen landw. Vereins, benützt wurde. Derselbe stellte die Meinung auf, dass wohl Ramsen selbst einen selbständigen Konsumverein gründen könne und man in dieser Beziehung sich nicht von Stein a. Rhein abhängig machen sollte. Diese seine Meinung war aber gerade im Widerspruch zu einer seiner früheren Erklärungen, «dass Ramsen für solche Bewegungen noch nicht reif sei».

Ein weiteres Vorstandsmitglied des landw. Vereins hatte ebenfalls kein Glück mit ähnlichen Einwänden, indem ihm von dem nachfolgenden Diskussionsredner, Herrn Joh. Gnädinger, mit deutlichen und nicht zu missverstehenden Worten die Meinung der Initianten und Freunde Steins kundgetan wurde. Als dann nach einer Verteidigung der Konsumenteninteressen seitens weiterer Redner der Vorsitzende erklärte, dass Stein a. Rhein bereits ein Lokal gemietet habe und zum andern die Opponenten die Frage des Bahnbeamten Herrn Keller: «Welche Vorteile dieselben durch Gründung eines eigenen Konsumvereins denjenigen einer Vereinigung mit Stein a. Rhein entgegenstellen könnten» unbeantwortet liessen, brach der Beifall durch und gab deutlich zu erkennen, dass die Genossenschaftsfreunde von Ramsen nur mit Stein a. Rhein vorgehen wollen. Die Lösung der Beitrittskarten bewies vollends, dass es ihnen mit ihrer Bewegung ernst war, und es gelangten 30 solcher unterzeichnet in die Hände der Kommission zurück; diejenigen der abwesenden Initianten werden in kurzer Zeit nachfolgen.

Wenn nun die Ramser Genossen wirklich treu zur Fahne stehen und das Gebotene fleissig benützen und verwerten werden, so steht zu hoffen, dass der Konsumverein Stein a. Rh. und Umgebung einen ordentlichen Aufschwung nehmen dürfte, was ihm dann die Möglichkeit bieten würde, in absehbarer Zeit einen Berufsverwalter anzustellen und damit die Betriebskommission von ihren bisherigen nicht geringen Mühen und Lasten zu befreien.

Wenn wir die Umsatzvermehrung im I. Quartal des zweiten Betriebsjahres mit 13,5% ins Auge fassen und auch die Steiner Genossenschafter weiter mithelfen am Aufbau des Begonnenen, so dürften unsere Bemühungen mit dem schönsten Erfolge gekrönt werden. Hand in Hand mit Ramsen werden wir dann die Angriffe der Gegner abweisen können. Mögen inzwischen der Zentrale und der Filiale recht erfolgreiche, blühende Zeiten beschieden sein.

Dem Verband schweiz. Konsumvereine in Basel gebührt auch unser herzlichster Dank für die liebenswürdige Abordnung ihres beliebten Referenten Herrn U. Meyer.

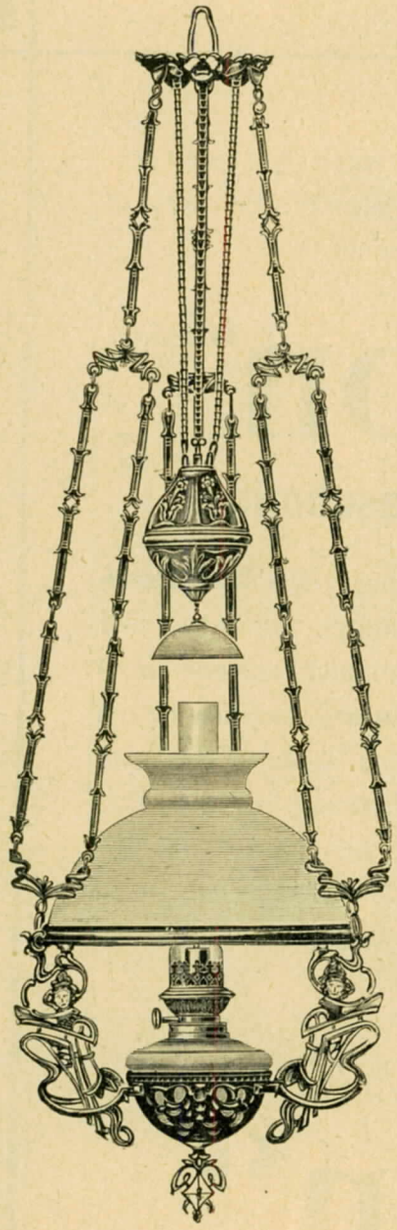
Jona. Der soeben erschienene Halbjahresbericht dieser 161 Mitglieder zählenden Genossenschaft notiert einen Umsatz von Fr. 117,273, Fr. 4000 mehr als im vorhergehenden Semester. «Um die Rückvergütung auf Milch herauszubringen, waren wir genötigt, andere Waren teurer zu verkaufen.» Dieses Vorgehen scheint diesen Genossenschaftern zu ernsten Bedenken Anlass zu geben. Es erscheint in der Tat als ungerecht, dass die nur Milch beziehenden Mitglieder oder gar Nichtmitglieder auf Kosten der treueren und gewissenhafteren Genossenschafter einen Vorteil geniessen; jedenfalls muss man sich fragen, ob eine solche Praxis dazu beiträgt, die letzteren zu ermutigen und andere ebenfalls anzuspornen, ihrem Beispiel zu folgen. — Im übrigen ist die Situation dieses Verbandsvereins eine gute zu nennen. «Den weitaus grössten Teil der Waren bezogen wir vom V. S. K., wo wir sicher sind, reell und preiswürdig bedient zu werden; es ist dies auch für die Verwaltung viel einfacher» ... schliesst der Bericht.

Rüthi (Rheintal). Der Bericht dieser St. Galler Genossenschaft beklagt sich mit Recht darüber, dass die Bezüge der Nichtmitglieder die der Mitglieder übersteigen (Fr. 24,581 gegen Fr. 22,307). Die Ursache dieser Erscheinung schreibt er dem zu hohen Eintrittsgeld zu (5 Fr.). «Vielen unserer Bewohner erscheint dieses Eintrittsgeld zu hoch, besonders wenn man noch obendrein einen Anteilschein von Fr. 20 einzahlen muss.» Die Folge davon ist, dass sich viele sagen: wozu soll ich dieses Opfer bringen, bezw. ein Risiko oder eine Verantwortung auf mich nehmen, wenn ich ebenso gut vom Konsumverein profitieren kann und ebenso gut meine Prozente bekomme, wenn auch etwas weniger (7% gegen 10% der Mitglieder)? Dass unter diesen Umständen die Verwaltung in punkto Betriebskapital nicht auf Rosen gebettet ist, kann man wohl verstehen. Dennoch ist es ihr auch in diesem Jahre wieder gelungen, einen relativ guten Rechnungsabschluss zu präsentieren. Der Ueberschuss beträgt Fr. 4409, wovon an die Mitglieder 10% ihrer Bezüge, gleich Fr. 2244, an Nichtmitglieder 7%, gleich Fr. 1714 rückvergütet und Fr. 450 an den Reservefonds abgeführt werden. Für Steuern mussten Fr. 900 aufgebracht werden. Im übrigen will es uns scheinen, dass der Wunsch «eine Erniedrigung des Eintrittsgeldes würde nach meiner (des Berichterstatters) Ansicht gute Früchte zeitigen», nicht so «ohne» ist.

Redaktionsschluss 22. August.

Verantwortlich für Druck und Herausgabe: **Verband schweiz. Konsumvereine (V. S. K.)** Für denselben: Dr. **Oskar Schär.**

Verband schweiz. Konsumvereine (V.S.K.)



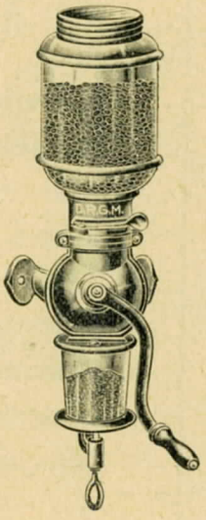
An Hand

unseres

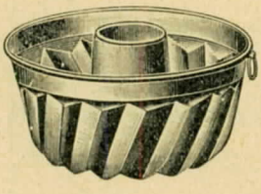
illustrierten Kataloges

ist den Verbandsvereinen die Möglichkeit geboten, ihren Mitgliedern, ohne kostspieliges Lager

Haushaltungs-
:: Artikel ::
Spielwaren
und Feldgeräte

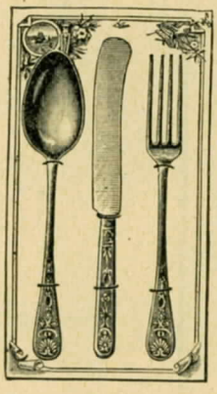


zu beschaffen.



Jede Hausfrau

findet im Kataloge mit Leichtigkeit die ihr zusagenden Artikel.



Unser Haushaltungsartikel-Katalog

sollte in jedem Konsumladen den Mitgliedern zur Konsultation bereit gehalten werden. Kataloge werden auf Verlangen, entsprechend der Zahl der Ablagen, nachgeliefert.

Verband schweiz. Konsumvereine (V.S.K.)

Auf die kommende **Wäsche-Saison** bringen wir den tit. Vereinsverwaltungen speziell folgende bewährte Waschmittel in Eigenpackung in gefl. Erinnerung

„Uniozon“

Modernes Sauerstoff-Waschmittel

mit **reinigender** und **bleichender** Wirkung. Das **Uniozon-Waschmittel** ist ein auf Grund sorgfältiger Versuche und neuester wissenschaftlicher Erfahrungen rationell zusammengesetztes modernes **Sauerstoff-Waschpulver,** welches neben grosser Reinigungskraft gleichzeitig, analog der Rasenbleiche, eine bedeutende, bleichende und desinfizierende Wirkung besitzt. Das **Uniozon-**Waschmittel ist völlig frei von ätzenden, faserzerstörenden Bestandteilen. Seine Verwendung ist zeitsparend, seine Wirkung vorzüglich und es empfiehlt sich selbst im Gebrauch.

„Union“

Salmiak-Terpentin-Waschpulver

vorzüglich reinigendes Waschmittel. Unser Union-Waschpulver ist frei von allen schädlichen Bestandteilen, welche die Wäsche angreifen. Seine Verwendung ist zeitsparend, seine Wirkung vorzüglich und es empfiehlt sich selbst im Gebrauch.